

La primera burbuja del siglo XXI

DANIEL VIAÑA > Madrid

CÉSAR URRUTIA > Madrid

Actualizado: 28/09/2014 06:07 horas

El miércoles 17 de mayo de 2000, Terra Network anunció que pagaría **12.500 millones de euros por el portal Lycos**. El precio, que al cambio actual rozaría los 10.000 millones, supuso que la **filial de Telefónica abonó 97,55 dólares por acción**, más del doble del precio al que cotizaba en ese momento cada título de la compañía estadounidense.

La empresa resultante, que fue bautizada como **Terra Lycos y cuyo presidente fue Juan Villalonga, se convirtió en el tercer portal de internet a nivel mundial**, sólo por detrás de Yahoo! y America Online. Este hecho, aseguraban desde la compañía española, justificaba el alto precio pagado ya que el futuro pasaba, irremediablemente, por internet. Sin embargo, lo que realmente ocurrió fue que la **operación resultó un fracaso** y Terra, que sufrió un histórico hundimiento bursátil y vendió Lycos por menos de 100 millones de euros cuatro años después, se convirtió en el máximo exponente de la burbuja de las puntocom en España.

«Yo veía a los técnicos que nos arreglaban los ordenadores en la Universidad de California largándose a montar startups en 1996», relata Enrique Dans, profesor de sistemas de información en IE Business School, al repasar cómo comenzó la burbuja de las puntocom. Poco después, a su regreso a España en 2000, recuerda que «**cualquier compañía cotizada se encontraba en la obligación de anunciar inversiones relacionadas con internet** porque, si no lo hacía, el mercado consideraba que no estaba tomando el camino del futuro y su cotización se resentía».

Esta presión provocó que en el mercado español -y en el internacional- se iniciara una **carrera para no quedarse fuera del atractivo y lucrativo negocio de las puntocom**. Así, se estudiaban OPV para filiales, como es el caso de Opciona.com -filial de Endesa derivada de su proyecto Endesa Marketplace-, o se destacaban los portales de internet como uno de los principales activos empresariales, tal y como ocurrió con Puleva Networks, proyecto desarrollado tras la compra de Puleva por Azucarera del Ebro el 23 de octubre de 2000.

Otras compañías, como Lanetro Zed, mantuvieron su **empeño por salir a Bolsa aún después de que la burbuja estallara**. Lanetro, evolucionó del portal de ocio creado en 1996 y que contaba con Abengoa y Abelló entre sus accionistas, estudió una primera OPV en 2000 y llegó incluso a prometer beneficios en 2003. Finalmente, y tras intentar nuevamente saltar al parqué en 2006 por cerca de 1.000 millones de euros, la empresa dejó en su empeño y cerró los últimos coletazos de los años dorados.

Muchos interesados en alimentar la burbuja

«La cuenta de resultados de aquellas compañías no justificaban los precios que se pagaban y, además, había **muchísima gente interesada en alimentar la burbuja**», retoma Dans. Eso hizo que, cuando la situación estalló, compañías como Jazztel pasaran de cotizar en 146 euros, a rozar los cero euros. La propia Terra perdió casi el 95% de su valor, al caer de 66 a 3. Su capitalización bursátil llegó a superar los 15.000 millones de euros, lo que hoy haría de ella la undécima compañía del Ibex. Sin embargo, cuando fue suspendida de cotización, apenas superaba los 1.600 millones.

Lo mismo ocurrió en Estados Unidos aunque, evidentemente, a mayor escala. Yahoo!, cuyo valor bursátil era de 115.618 millones de dólares (más de 90.000 millones de euros) al cierre de 1999. En 2008, la cifra era de 16.236 millones, un 85% menos.

Estas millonarias pérdidas y notables errores de inversión llegaron a provocar que los profesionales que habían tenido alguna relación con el sector, tratasen de ocultar su actividad durante aquellos años. **Hoy, en cambio, las grandes empresas luchan por hacerse con los servicios de emprendedores exitosos**. Tanto, que algunas compras, como los 13.800 millones de euros que Facebook pagó por WhatsApp, se pueden interpretar como «elementos para hablar de burbuja», finaliza Dans.